



SECCIÓN 4 COMUNICACIÓN DE SU MENSAJE: *Consejos y herramientas para los medios*

La Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del delito ofrece la oportunidad de señalar las dificultades para las víctimas del delito y de destacar la larga lucha por establecer derechos para las víctimas. En 1984, el Congreso aprobó la Ley de Víctimas del Delito (Victims of Crime Act) con el apoyo de ambos partidos y el lema de este año—*30 años: restaurando el equilibrio de la justicia*—celebra tres décadas en la defensa de la compensación para las víctimas y en el apoyo de los programas de asistencia para las víctimas en todo el país. Al planear una campaña completa de concientización pública en los medios para sus esfuerzos de alcance comunitario para la NCVRW, puede hacer participar a sus integrantes, organizaciones locales y el público en general en el trabajo importante de ofrecer a las víctimas del delito en la comunidad la ayuda a corto y largo plazo que necesitan.

La nueva situación de los medios

Tradicionalmente, llegar al público y a los legisladores significaba obtener cobertura de los periódicos, de las noticias televisivas y de las radios locales. Establecer relaciones con los periodistas y productores individuales que cubren noticias policiales en estos establecimientos mediáticos sigue siendo un método clave para educar al público y comunicarse con los legisladores.

Cada vez más, sin embargo, para obtener atención pública debe desarrollar también una estrategia en los medios sociales. Esto es más fácil de lo que piensa. Los medios sociales pueden ser el método más económico, rápido y eficaz de llegar a un público amplio. Los medios

sociales son poderosos porque, además de alertar a los periodistas tradicionales acerca de noticias importantes, permiten desarrollar relaciones y participación públicas con mensajes que no están filtrados por los medios de comunicación masiva. (Más información debajo).

Comenzar a trabajar con los medios

La mayoría de los periodistas y productores busca un evento actual o “gancho” para las noticias, aunque estén planeando la cobertura con anticipación. La Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del delito es una oportunidad perfecta para enfocar la atención de los medios a las cuestiones relacionadas con el delito relevantes para su comunidad local.

Un poco de investigación básica puede rendir mucho. Puede usar motores de búsqueda en línea para buscar noticias locales acerca de las víctimas del delito y observar qué periodistas cubren esas noticias en su área y obtener su información de contacto. La biblioteca local o su servicio de referencia en línea pueden también mantener directorios y recursos relacionados con los medios, pero debido a que los periodistas cambian de tema y de medio con frecuencia, siempre es bueno verificar la información en el sitio web del medio.

Algunos periodistas incluyen su dirección de correo electrónico o información de Twitter al final de las notas. Si un periodista o medio en específico escribe una buena nota acerca de las víctimas del delito, envíe el vínculo por correo electrónico o compártalo en Facebook y Twitter para que llegue a los integrantes de su organización. De esta manera, informa a los demás y promueve el trabajo de un periodista o medio que podría interesarse en sus noticias en el futuro. (Para obtener más información acerca del uso de los medios sociales, vea “Cómo crear una campaña en los medios sociales” más adelante en esta sección).

Si su organización lleva a cabo un evento digno de aparecer en las noticias, ya sea para la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del delito o en cualquier otro momento del año, envíe invitaciones y alertas por los medios sociales y comuníquese con los periodistas locales por teléfono o correo electrónico. Describa *brevemente* el evento y ofrézcase como recurso. Los periodistas trabajan con plazos muy acotados, por lo tanto, toda información que pueda proporcionarles con anticipación es útil. Frecuentemente le solicitarán una perspectiva local o de interés humano. Algunas preguntas para las que debe estar preparado: ¿Una víctima local superó una tragedia o encontró una manera de ayudar a que otras víctimas rehicieran su vida? ¿Hay alguna víctima dispuesta a compartir su historia? ¿Tiene una fuente confiable de estadísticas actualizadas acerca de un tipo de delito específico? (Consulte “Reseñas estadísticas”, en la sección 6 de esta guía). ¿Hubo otros ejemplos recientes del delito que menciona en su área o en otras comunidades del país? ¿Quién podría informar al periodista el estado actual de la ley en esta área? ¿El director de su organización puede ofrecer comentarios oficiales? Pregunte siempre el plazo de entrega del periodista. Para las noticias, quizás tenga unas pocas horas para presentar un comentario o información; los artículos de investigación o destacados pueden ofrecer más tiempo.

Muestra de comunicado de prensa

Puede usar la muestra de comunicado de prensa de esta sección como ayuda para redactar su propio comunicado de la NCVRW o para ofrecer un modelo para que sus compañeros lo usen para publicitar sus eventos locales. El comunicado de prensa anuncia la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del delito, explica el lema, cita al director de la Oficina para las Víctimas del Delito del Departamento de Justicia de los EE. UU. (U.S. Department of Justice’s Office for Victims of Crime) e incentiva al público local a comunicarse con su organización para obtener información o para ayudar en la conmemoración de la semana. Asegúrese de compartir sus comunicados de prensa y anuncios con colegas y otros profesionales que comparten

su misión o se asociaron con usted para planificar eventos de la NCVRW.

Envíe el comunicado de la NCVRW *al menos 10 días antes* del evento a periodistas y a las organizaciones asociadas. Asegúrese de publicar el comunicado en su página de Facebook y envíe tuits acerca de su comunicado a sus seguidores de Twitter. Puede usar el tiempo de anticipación de 10 días para hacer un seguimiento con los periodistas y las organizaciones asociadas, buscar voceros, responder preguntas y crear kits de prensa para cada evento. Los kits de prensa deben incluir la información de contacto de su organización, los nombres y correos electrónicos de los líderes o voceros, la misión o una descripción de su trabajo e información acerca del evento.

Anuncios de servicios públicos

Muchos medios ofrecen tiempo gratuito para anuncios de servicios públicos [public service announcements (PSA)] a fin de publicitar eventos de interés para la comunidad. Las estaciones de radio, en específico, pueden tener mucho tiempo para llenar y pueden resultar receptivas a una solicitud de poner al aire el PSA de su NCVRW. Esta sección incluye tres guiones de ejemplo (para un PSA de 15 segundos, uno de 30 y uno de 60) en la Semana de los Derechos de las Víctimas del Delito. En el DVD de la Guía de recursos adjunto se incluye un PSA preproducido para la televisión de 60 segundos pensado para incrementar la concientización pública sobre la trata de personas, resaltando que cualquiera puede ser víctima y que los sobrevivientes de este delito tienen orígenes y experiencias muy diversos. Puede crear su propio PSA o trabajar con las emisoras locales para producir un anuncio acerca de la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del delito y de los aportes de su organización a la comunidad. Asegúrese de incluir el nombre, el teléfono y el sitio web de su organización en el PSA para que el público pueda comunicarse con usted. Para aumentar la probabilidad de que los medios locales emitan su PSA, comuníquese con ellos *al menos dos meses* antes de la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito (como muy tarde, a principios de febrero). Hable con

el productor, explíquele por qué la semana es importante y mencione que ya preparó PSA acerca de la semana. Cuando envíe el guion o PSA a los periodistas o a los canales de televisión locales, incluya una carta de presentación con su información de contacto y el motivo por el cual la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito es tan importante para su comunidad.

Muestra de carta al editor

Las cartas y los comentarios de los lectores son con frecuencia las secciones más leídas de periódicos y sitios web de noticias. Son herramientas excelentes para crear concientización acerca de la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del delito. Use la muestra de carta de esta sección para obtener inspiración. En general, los periódicos publican cartas que responden a artículos anteriores o actuales o hablan acerca de las noticias de la comunidad. Idealmente, debe citar un estudio reciente confiable, mencionar estadísticas acerca del delito o del problema o destacar la necesidad de más investigación acerca de los delitos que suelen estar ocultos o ser poco denunciados. Las cartas refrendadas por varios grupos comunitarios obtendrán mayor atención por parte de los editores. Considere la opción de solicitar a oficiales de policía o a otras organizaciones locales que se asocien con usted o que escriban sus propias cartas para la Semana de los Derechos de las Víctimas del Delito para destacar las necesidades de las víctimas del delito y las maneras en que puede ayudar al público.

Muestra de columna de opinión-editorial

Las páginas editoriales del periódico (en papel y en línea) son muy populares entre los lectores. Al investigar la cobertura local del delito, piense acerca de los delitos más relevantes para la comunidad y de la manera en que afectaron la vida de las víctimas. ¿Las pandillas o la intimidación en línea hacen que los adolescentes se sientan inseguros en su casa o en la escuela? ¿Ancianos sufren robos o abuso a manos de gente que conocen? ¿El centro local para las crisis en

caso de violación necesita más apoyo de la comunidad? Seleccione el tema y busque cobertura en los periódicos o en las páginas editoriales de los sitios web de noticias locales. Tenga en cuenta la extensión y las demás pautas para enviar un editorial de opinión. También puede comunicarse con alguien que conozca del periódico, explicarle la importancia de la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito y preguntarle cómo se pueden maximizar las posibilidades de que la opinión-editorial se publique. La muestra de comunicado de prensa de esta sección puede usarse como modelo.

Cómo crear una campaña en los medios sociales

Los medios sociales se usan cada vez más en el mundo de las comunicaciones y ofrece otra manera de presentar su mensaje a diversos públicos. Puede registrarse en Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube y otros medios. Todo esto aumentará su capacidad de reforzar sus mensajes. Muchos organismos públicos y organizaciones sin fines de lucro se han involucrado con los medios sociales y están comenzando a reconocer los beneficios de crear mensajes que pueden convertirse en “virales” con solo un clic. Los periodistas y el público general con frecuencia van a Internet a buscar información y recursos. Vale la pena invertir algo de tiempo para aprender a comunicar eficazmente de esta manera. Independientemente de las metas de su organización (crear concientización pública, llegar a las víctimas, atraer donantes u obtener miembros), los medios sociales pueden complementar el alcance tradicional de los medios y ayudarlo a lograrlas. Esta sección incluye algunos aspectos básicos de los medios sociales que lo ayudarán a comenzar y lo guiarán en el uso de estas herramientas muy eficaces.

Muestras de actualizaciones de estado de los medios sociales

Esta sección incluye actualizaciones de estado que puede publicar en Facebook, Twitter u otros medios sociales durante la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito y durante todo abril. Cada actualización es un

breve punto de información en relación con la victimización, el delito o la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito. Todas las actualizaciones de muestra de Twitter se limitan a 140 caracteres; no es necesario que las edite antes de publicarlas. También puede reemplazar las actualizaciones de estado acerca de sus eventos locales de la NCVRW y solicitar a sus seguidores que las publiquen en su página de Facebook o que reenvíen los tuits para una máxima exposición publicitarla y participación comunitaria.

Otros consejos para el alcance comunitario

- Planee una estrategia completa que incluya medios tradicionales, medios sociales y declaraciones y cartas de los funcionarios públicos a los que les pidió que hablen, además de los mensajes clave que desea que comprenda su público.
- Comuníquese con editores, productores o gerentes de las emisoras por teléfono, correo electrónico o correo postal *al menos un mes antes* de la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito (dos meses para los PSA). También haga un seguimiento *dos semanas antes*.
- Solicite a sus funcionarios locales que emitan proclamas por la NCVRW, escriban cartas al editor y opiniones editoriales, hablen en sus eventos y mencionen la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito al llevar a cabo sus tareas oficiales. Agradézcales sus aportes, publique actualizaciones de Facebook y tuits acerca de ellos y publicítelos en sus comunicados de prensa y materiales de alcance comunitario. Reenvíe tuits y promueva en los medios sociales los artículos o segmentos buenos acerca del delito o de los derechos de las víctimas.
- Después de los eventos de la NCVRW, envíe video de alta calidad o fotos o imágenes digitales de alta resolución a los canales de televisión o periódicos locales (con su información de contacto y número de celular, de ser posible, y avíseles que va a enviar fotos o videos).

Defensa de las víctimas con los medios

Comunicar su mensaje requiere el trabajo eficaz con los periodistas y defender las necesidades de las víctimas, además de ser sensible ante ellas. Los periodistas ponen prioridad en recopilar información rápidamente para cumplir los plazos. Aun los que tienen buena voluntad quizás no conozcan las mejores maneras de acercarse a las víctimas del delito. Las víctimas que aceptan hablar con periodistas pueden necesitar información y respaldo para tolerar a los entrevistadores, fotógrafos y camarógrafos. Los defensores de las víctimas juegan un papel fundamental en ayudar a los periodistas a obtener información clave y al asegurar que las víctimas sean tratadas de manera sensible y que su nombre, ubicación u otra información privada no se revele sin su consentimiento. Esta sección incluye sugerencias para ayudarlo a navegar este proceso. +



Nota: El objetivo de un comunicado de prensa es generar cobertura en los medios de sus eventos locales de la NCVRW. La muestra de comunicado de prensa siguiente comienza por anunciar una ceremonia inaugural típica de la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito. Puede editar el encabezado y los primeros dos párrafos para mencionar lo que ocurre en su área.

PARA SU DIVULGACIÓN INMEDIATA

[Fecha]

CONTACTO:

[Nombre/Cargo/Organismo]

[Teléfono]

[Correo electrónico]

[Su ciudad] celebra el 30.º aniversario de la Ley de las Víctimas del Delito (Victims of Crime Act)*La Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito celebra el progreso y trabaja hacia las metas futuras*

[Ciudad/Estado] — El 6 de abril es el primer día de la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito.

[Si presenta premios en su ceremonia:]

[Su ciudad] conmemorará el progreso del país en la defensa de los derechos de las víctimas con un homenaje a [nombre, cargo] y a [nombre, cargo], defensores de un mayor respaldo y de más servicios en las comunidades afectadas por el delito. [Escriba un párrafo acerca de cada persona homenajeada].

El lema de este año—30 años: restaurando el equilibrio de la justicia—es una oportunidad perfecta de homenajear a [homenajeados] y a su compromiso de larga data con la ayuda a las víctimas del delito. Al celebrar la tercera década de la defensa de los derechos de las víctimas, recordamos el largo trayecto que recorrimos (y todo el trabajo que hay por hacer).

Hace solo 30 años, las víctimas del delito no tenían, prácticamente, derechos ni asistencia. Con frecuencia, el sistema de justicia penal parecía indiferente ante sus necesidades. Generalmente, las víctimas eran excluidas de los tribunales y no tenían la oportunidad de hablar durante la promulgación de la sentencia. No tenían acceso a compensación para las víctimas ni a servicios para ayudarlos a reconstruir su vida. Había pocas maneras de lidiar con las heridas físicas y emocionales. Las víctimas estaban solas en la recuperación de su salud, seguridad y dignidad.

Hoy día, el país ha tenido un progreso importante en la obtención de derechos, protección y servicios para las víctimas. Todos los estados aprobaron leyes para los derechos de las víctimas y tienen programas de compensación para las víctimas. Más de 10.000 organismos de servicios para las víctimas ahora ayudan a personas de todo el país. En 1984, el Congreso aprobó, gracias a ambos partidos, la Ley de Víctimas del Delito (Victims of Crime Act (VOCA)), que creó un fondo nacional para aliviar el sufrimiento de las víctimas. El Fondo para las Víctimas del Delito (Crime Victims Fund) está financiado con multas y sanciones pagadas por los delincuentes, no con los aportes de los contribuyentes, y respalda servicios para las víctimas, como programas para las crisis en caso de violación y para la violencia doméstica, y programas de compensación para las víctimas que pagan muchos de los gastos directos de las víctimas a causa del delito, como la asistencia psicológica, los gastos funerarios y el salario perdido.

Los defensores de los derechos de las víctimas lograron victorias significativas durante los últimos 30 años. Pero queda mucho por hacer. A medida que avanzamos, aumentamos nuestro acercamiento a poblaciones de víctimas que anteriormente no recibían suficientes servicios, como víctimas de distintos orígenes raciales, nativos estadounidenses y nativos de Alaska, adultos abusados sexualmente de niños, víctimas del abuso de ancianos y víctimas LGBT. Durante tres décadas, la VOCA fue pionera en los esfuerzos de respaldar a las víctimas de delitos que antes se ocultaban, como la violencia doméstica y sexual. Hoy día estamos señalando otros abusos que durante mucho tiempo no se denunciaban lo suficiente y con frecuencia no se procesaban: delitos de odio y prejuicio, intimidación y tráfico sexual y de mano de obra, entre otros.

“Nuestro compromiso con llegar a todas las víctimas del delito es más fuerte que nunca”, indicó Joye E. Frost, directora de la Oficina para las Víctimas del Delito (Office for Victims of Crime, (OVC)), Departamento de Justicia de los EE. UU. “Durante 30 años, la VOCA ha representado esperanza, sanación emocional y justicia. Nuestro mensaje a todas las víctimas del delito es el siguiente: No están solas”.

La Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito se llevará a cabo del 6 al 12 de abril en comunidades de todo el país. En Washington, DC, el Departamento de Justicia de los EE. UU. iniciará la semana con la Ceremonia de Premios al Servicio de la OVC para homenajear a personas y programas sobresalientes que prestan servicios a las víctimas del delito. [Su ciudad/Condado/Estado] conmemorará la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito con eventos y programas especiales que incluyen [detalle ejemplos y adjunte un resumen de los eventos principales].

La OVC incentiva la participación más amplia en los eventos de la semana y en otras conmemoraciones relacionadas con las víctimas durante todo el año. Para obtener más información acerca de la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito de 2014 y acerca de cómo ayudar a las víctimas de su comunidad, comuníquese con [organismo/organización] en el [código de área/número de teléfono] o visite [sitio web del organismo] en [dirección del sitio web]. Para obtener más ideas acerca de cómo trabajar de voluntario para ayudar a las víctimas del delito, visite el sitio web de la Oficina para las Víctimas del delito en www.ovc.gov. +

#####

[La misión de su organización]

PSA DE 15 SEGUNDOS

Todos los años, el delito cambia la vida de millones de personas. Son nuestros familiares, vecinos, amigos y compañeros de trabajo. Del 6 al 12 de abril se celebra la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito, un momento para acercarse y ayudar a las víctimas del delito a reconstruir sus vidas. Para saber qué puede hacer, llame a [nombre del organismo] al [teléfono] o visite www.VictimsofCrime.org.

PSA DE 30 SEGUNDOS

Todos los años, el delito cambia la vida de millones de personas. Son nuestros familiares, vecinos, amigos y compañeros de trabajo. Muchos sufrirán lesiones que les cambiarán la vida o necesitarán cuidado y respaldo permanentes. Podemos acercarnos a las víctimas, escuchar qué necesitan y ayudarlas a reconstruir sus vidas. Para saber qué puede hacer, comuníquese con [nombre del organismo, teléfono, URL] o visite www.VictimsofCrime.org.

PSA DE 60 SEGUNDOS

Todos los años, el delito cambia la vida de millones de personas. Son nuestros familiares, vecinos, amigos y compañeros de trabajo. Las víctimas del delito con frecuencia luchan para trabajar, pagar sus cuentas o respaldar a sus seres queridos. Muchas víctimas sufren lesiones que les cambian la vida y necesitan cuidado y respaldo a largo plazo. Del 6 al 12 de abril se celebra la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito. Es un momento para acercarnos a las víctimas del delito, escuchar qué necesitan y ayudarlos a reconstruir su vida. Para saber qué puede hacer, llame a [nombre del organismo, teléfono, URL] o visite www.VictimsofCrime.org.

¿QUÉ SON LOS PSA Y CÓMO HAGO PARA USARLOS?

Los anuncios de servicios públicos (public service announcements (PSA)) son mensajes breves que se emiten por emisoras de radio o televisión sin costo para la organización que los presenta. Pueden producirse en película de video, cinta de video, DVD, CD o cinta de audio, o como un archivo de computadora.

¿CÓMO HAGO PARA QUE SE EMITA MI PSA?

En primer lugar, comuníquese con sus emisoras de radio o televisión locales para preguntar acerca de las políticas acerca de la emisión de PSA y las pautas para presentarlos. La Comisión Federal de Comunicaciones (Federal Communications Commission (FCC)) requiere que los medios de radiotelevisión (radio y televisión) sirvan al "interés público". La mayoría de las emisoras donan aproximadamente un tercio del tiempo de anuncios a causas no comerciales. En otras palabras, si una estación emite 18 minutos de anuncios en una hora, seis minutos probablemente estén dedicados a PSA.

Pregunte también quién es la persona a cargo de seleccionar qué PSA se emiten. Puede ser el

- director de asuntos públicos
- director de tráfico
- director de programas
- gerente de promociones
- gerente de la emisora

Después de comunicarse con las emisoras, comuníqueles que enviará un PSA para que se emita. Incluya información acerca de su organización, como una carta de presentación y un panfleto. Haga un seguimiento por teléfono cinco días después para preguntar si recibieron el PSA y cuándo se emitirá. **Si tiene problemas para comunicarse con el gerente de la emisora, continúe haciendo un seguimiento cada dos semanas. La persistencia es clave.**

ACCESO COMUNITARIO Y TELEVISIÓN PÚBLICA

Muchas ciudades tienen emisoras por cable locales (denominadas a veces acceso comunitario) y emisoras universitarias. Busque el nombre del gerente de la emisora y siga el procedimiento precedente.

SU SITIO WEB O SITIOS DE MEDIOS SOCIALES

También puede subir los PSA a su sitio web, Facebook o YouTube y usar esfuerzos de alcance comunitario adicionales (p. ej., comunicados de prensa y actualizaciones de estado en los medios sociales) para conducir el público a su sitio.

Los periódicos suelen publicar cartas en respuesta a noticias o columnas de opinión anteriores. Al escribir una carta al editor, puede vincular la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito con un problema actual local, estatal o nacional para indicar a los lectores por qué deben preocuparse por los derechos y los intereses de las víctimas del delito. La muestra de carta siguiente cita una noticia acerca del abuso de ancianos e indica que este delito suele ocultarse, además de tratar el efecto devastador en las víctimas. Comunica al público que aproveche la oportunidad de esta Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito para acercarse a sus vecinos y vincularse los ancianos de la comunidad.

Puede enfocar la carta en un delito o en una tendencia en específico tratados por el periódico o puede solicitar a un funcionario de la justicia penal local, como el fiscal general del distrito o del estado, que escriba una carta que explique la importancia de la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito desde su perspectiva.

Antes de escribir la carta, consulte las pautas de publicación del periódico. Las cartas al editor deben ser breves: no más de 250 a 300 palabras. Para comenzar, cite el artículo al que responde y, a continuación, indique su argumento principal. Escriba dos o tres párrafos breves para respaldar su argumento y finalice la carta con una conclusión. Al enviar la carta, incluya su información de contacto completa (nombre, dirección, correo electrónico y teléfonos) de modo que el periódico pueda comunicarse con usted si decide publicar su carta. Si el periódico no publica su carta, puede enviarla a una organización local que publique un boletín informativo o puede publicarla en su propio sitio web. También puede publicar vínculos a la carta en Facebook, Twitter y otras páginas de medios sociales.

MUESTRA DE CARTA AL EDITOR

ENCABEZADO: Una mirada sobre el delito oculto del abuso de ancianos

TEXTO:

A medida que el país se vuelve mayor, comenzamos a enfrentar los desafíos de los delitos en contra de los ancianos.

Su destacado artículo “El abuso de ancianos: aquí a la vuelta, aquí en frente” (3/18/14) debe representar una advertencia oportuna para todos nosotros acerca de un problema que en general está oculto.

Los lectores deben haberse sentido impactados y emocionados con la historia de Etta, confinada a su hogar y sin la visita frecuente de sus familiares. Llegó a depender de una nueva amiga para ir al médico, pagar las cuentas y comprar comida, pero después descubrió a los pocos meses que esta “amiga” falsificaba cheques y le robaba joyas. Aún peor: encontraron a Etta en una silla, malnutrida, con la electricidad y el teléfono desconectados y con la presión peligrosamente baja.

Esto puede representar un caso extremo, pero es importante que comprendamos que es común y que el abuso de ancianos puede tomar muchas formas. Los ancianos de una franja amplia de edades (desde los 60 a más de 90 años) de todos los niveles de ingresos y situaciones sociales son vulnerables. El abuso ocurre en su casa, en los hogares para ancianos y en la comunidad en general. Tal como en la historia de Etta, este abuso ocurre con mayor frecuencia en manos de personas supuestamente de confianza, como amigos y cuidadores. Pero hay estudios recientes que sugieren que es más probable que los propios familiares, como la pareja, el cónyuge, los hijos y los nietos, abusen de los ancianos.

Además del abuso físico y psicológico, el fraude financiero puede ser uno de los delitos que sufren especialmente los ancianos. No solo están en riesgo las personas de más de 75 años, como Etta, que podríamos esperar que tendría dificultades con una menor capacidad psicológica, física y de movilidad. Los ancianos que se están por jubilar y tienen dinero para invertir, al igual que los que se percibe que tienen recursos que pueden explotarse, son también el blanco preferido.

Del 6 al 12 de abril se celebra la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito. Es una oportunidad de que todos hagamos lo que podemos para asegurar que los ancianos de nuestros vecindarios y de nuestras propias familias estén seguros de la negligencia y la explotación. Puede resultar fácil: visitarlos una vez por semana, escuchar sus inquietudes y ayudarlos en lo que se pueda. Solo lleva unos pocos minutos, pero para ellos puede serlo todo. +

[Su nombre]

[Su organización]

[Su ciudad, Estado]

Los jóvenes y el círculo de la violencia

Daniella tiene miedo cada vez que toma el autobús escolar por la mañana. La niña de 12 años intenta mantenerse al margen, pero los intimidadores siempre la encuentran. Se ausenta de la escuela cuando no puede enfrentar las mofas, las cachetadas, los tirones del cabello o los comentarios negativos en su página de Facebook, y ahora sus calificaciones están en peligro.

Michael intenta proteger a su madre cuando su madre la golpea, pero sabe que cuando sus padres piensen que está dormido los gritos y golpes comenzarán de nuevo. Se pregunta si es su culpa. Piensa en huir de su casa, pero eso significaría abandonar a su hermana pequeña.

Tina y sus amigos toman el camino más largo desde la escuela media porque ya no es seguro atravesar el parque. El mes pasado, un hombre le ofreció un cigarrillo a una de sus amigas y después la llevó dentro de su auto. La misma semana, un adolescente de la escuela superior local recibió un disparo cerca de la biblioteca y ahora todos tienen miedo de caminar hacia allí.

No se trata de casos aislados. Más de la mitad de los niños y adolescentes estadounidenses están expuestos de alguna manera a la violencia en su casa, escuela y vecindario cada año, según un estudio del Departamento de Justicia de los EE. UU. publicado en 2009. Muchos son víctimas de la violencia, y muchos más serán testigos de delitos violentos o compartirán el trauma cuando sus familiares, amigos de la escuela o vecinos sean blanco de la violencia y del abuso. Lamentablemente, muchos de estos jóvenes sufrirán violencia de diversas fuentes, lo que acumula el trauma y sus efectos.

Las consecuencias de este tipo de exposición pueden resultar difíciles de medir, pero el daño es real.

Sabemos que los niños y adolescentes expuestos a la violencia tienen mayor probabilidad de sufrir ansiedad, depresión y estrés postraumático. Es más probable que abusen de las drogas y del alcohol. También es más probable que les vaya mal en la escuela, que se ausenten y que sufran dificultades de aprendizaje. Estos niños, además, es más probable que establezcan y permanezcan en relaciones abusivas y que cometan delitos.

Este círculo de violencia y daño tiene efectos expansivos a través de la comunidad. Los niños expuestos a la violencia desarrollan una visión insegura del mundo que los rodea. Con frecuencia se sienten inseguros. Cuando encuentren problemas en el futuro, quizás no confíen en que sus progenitores, sus maestros o la policía puedan protegerlos o ayudarlos.

Comprendemos cada vez más el efecto de la violencia en niños y adolescentes. Con este conocimiento, debemos aumentar la concientización de las consecuencias de niños que crecen con miedo y desarrollar redes de servicios e intervenciones destinadas a promover comunidades más seguras.

Las familias vulnerables necesitan acceso a servicios de asistencia psicológica y apoyo para ayudarlos a que respalden a sus hijos y rompan el círculo de violencia y miedo. Es crucial que las comunidades también respalden activamente a los maestros, a la policía y a los proveedores de servicios para las víctimas con el dinero y la capacitación que necesitan para respaldar y proteger a los niños en su trabajo cotidiano.

Como comunidad, debemos cuidar a nuestros niños. Podemos publicitar la Línea Nacional contra el Abuso Infantil (1-800-4-A-CHILD) e incentivar a que la gente denuncie el abuso infantil sospechado.

Podemos comenzar por escuchar a los jóvenes y participar de sus vidas. Podemos estar atentos a las señales de advertencia comunes de los niños afectados por el delito (como cambios en los hábitos de sueño y alimentación, el alejamiento de amigos o adultos, el ausentismo escolar y el miedo sin explicación).

Los niños deben saber que la violencia que sufrieron no es culpa de ellos. Deben permanecer vinculados a entornos seguros en las escuelas, los grupos deportivos y actividades extracurriculares. Debemos asegurar que en estos lugares no existan ni la violencia ni el miedo.

Esta semana (del 6 al 12 de abril) es la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito, un momento en que las comunidades se juntan con vigilias y eventos en apoyo de las víctimas del delito.

Es el momento de comprometernos a proteger a los niños y a reducir su exposición a la violencia de cualquier tipo. Las consecuencias de no enfrentar la violencia contra los niños son graves. Pero los beneficios (jóvenes felices y seguros y comunidades seguras y pujantes) son enormes y duraderos.

Si le interesa obtener más información acerca de los efectos de la violencia en los niños, el Departamento de Justicia de los EE. UU. produjo una serie de videos titulada *A través de nuestras ojos: niños, violencia y trauma*, disponible en www.ovc.gov/pubs/ThroughOurEyes/index.html. Este organismo también creó la iniciativa Defensa de la Niñez, destinada a ocuparse de la exposición de los niños estadounidenses a la violencia como víctimas y testigos. Para obtener más información acerca de esta iniciativa, visite www.justice.gov/defendingchildhood/index.html. +

Los medios sociales le ofrecen herramientas poderosas para ayudarlo con todas sus metas de alcance comunitario. Puede usar Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, WordPress o Blogger, LinkedIn y muchos otros medios sociales para publicitar eventos, compartir información, apuntar voluntarios, recaudar fondos y llegar al instante a comunidades que comparten sus metas e intereses. Más del 97 % de las organizaciones sin fines de lucro ahora usan algún medio social. Esto facilita el acercamiento a las comunidades que se quieren hacer participar en línea.

Las estrategias de medios sociales para la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito dependerán de las metas generales de comunicaciones de su organización, de las plataformas que usa ahora, del conocimiento del personal y del tiempo y de los recursos que pueda invertir para desarrollar y mantener su presencia en línea. Su campaña debe usar medios sociales para complementar, en lugar de reemplazar, su sitio web y sus esfuerzos de alcance comunitario tradicionales. No se pierda las ventajas de estas excelentes herramientas para mejorar el alcance comunitario de su NCVRW.

Plataformas de medios sociales

El cimiento de la campaña lo ofrecen las plataformas de medios sociales disponibles de manera gratuita o por una suma módica. A medida que desarrolla sus estrategias e identifica las metas de comunicaciones, debe conocer los datos clave acerca de los distintos medios sociales, las inversiones que requieren y las capacidades que le ofrecen a su organización. Entre las herramientas más importantes se encuentran:

Facebook

Independientemente de las metas o de su público deseado, tiene una gran oportunidad de llegar a ellos en Facebook. Debido a que Facebook afirma tener más de 1.110 millones de usuarios activos, puede comenzar con esta herramienta, particularmente si tiene tiempo para mantener solo una plataforma en los medios sociales. Según [Pew Research Center](#), más del 50 % de todos los adultos estadounidenses está en Facebook. Otro estudio de [Comscore](#) muestra que en 2011 los usuarios pasaron 1 de cada 8 minutos en línea compartiendo contenido y haciendo contactos en el sitio.

Las páginas de empresas en Facebook deben vincularse al perfil personal de una persona designada que crea la página de la empresa o de “fans”. Para obtener información acerca de cómo completar ese proceso, visite la [página de instrucciones para registrarse en Facebook](#). Después de registrarse y establecer su URL (localizador uniforme de recursos), puede comenzar a publicar contenido que

desea compartir, a visitar las páginas de Facebook de organizaciones de su campo, a poner “Me gusta” en ellas y, quizás, hasta enviar mensajes o (cuando esté permitido) publicar en sus páginas de Facebook y en las de sus fans (gente que les puso “Me gusta”). Puede publicar fotos, videos, contenido de la organización, invitaciones a eventos próximos y vínculos a su sitio web. También puede unirse a grupos que son relevantes para sus intereses más significativos. Para desarrollar una comunidad en Facebook, acérquese a las organizaciones y a los grupos con los que desea interactuar, publique en sus páginas de Facebook si lo permiten o envíeles mensajes. Con algunos grupos puede resultar necesario enviar mensajes de correo electrónico para invitarlos a poner “Me gusta” en su página de Facebook a fin de que se conviertan en sus fans. El diálogo resultante ayudará a respaldar y definir su estrategia de Facebook.

Twitter

Twitter es un “microblog”, una red para compartir información compuesta por mensajes de 140 caracteres denominados tuits. Es una manera fácil de enviar y recibir vínculos a las últimas noticias relacionadas con los temas que le interesan. Twitter ofrece una comunicación instantánea con la comunidad en línea. Después de [configurar su cuenta](#), debe seleccionar un nombre de usuario de Twitter que los demás usuarios reconozcan (con frecuencia, el nombre o el apodo de su organización). Podrá usar Twitter para establecer conexiones instantáneas con

otras organizaciones de su campo o área de interés y seguir un caudal regular de ideas, contenido, vínculo y recursos.

Debido a que los usuarios de Twitter se perciben a sí mismos como una red de apoyo, es particularmente importante comenzar a seguir a otras personas al comenzar a usar la plataforma y observar qué escriben. Es útil buscar el nombre de su organización para ver qué se dice y buscar temas y organizaciones de su interés. Después de configurar su cuenta, puede comenzar a seguir a otras personas, a seguir sus seguidores, a volver a tuitear sus tuits y a promoverlos entre su público. Después verá maneras de participar en conversaciones y promover su evento, proyecto o política. Aprenda a usar las listas de [Follow Friday](#) (#FF) que recomiendan a otros usuarios que lo sigan y reclute personas al publicar en otras plataformas (como su página de Facebook) a las que haya vinculado Twitter y volver a vincular a su página de Twitter. Después que comiencen a seguirlo, puede solicitar que vuelvan a publicar sus tuits e incluir en esas solicitudes vínculos a su sitio web y a otros medios sociales. Asegúrese de responder de inmediato a los tuits de los demás y a las menciones de su organización. Así podrá promover las metas de su organización.

YouTube

YouTube, una plataforma de videos, es el segundo sitio más visitado de Internet según un [informe de Google de 2011](#) (Google también es propietario de YouTube). Necesitará una videocámara digital, una cámara web o una cámara digital o teléfono celular con video y alguien que sepa usar estas herramientas. Primero, configure un [canal de YouTube](#) para su organización, que estará vinculado con cualquier otra cuenta de Google que tenga. Seleccione un nombre adecuado para su marca y publique la URL de su canal en su página de Facebook y en los demás perfiles de las redes sociales. También puede solicitar una cuenta de YouTube específica para organizaciones sin fines de lucro que le ofrece más funciones, como la posibilidad de agregar “solicitudes” donde se puede hacer clic en la parte superior de los videos y cargar videos más largos.

Si decide usar YouTube, puede comenzar con publicar un video acerca de su trabajo que muestre al personal y sus casos de éxito. Puede usar YouTube para cargar grabaciones de presentaciones que haya hecho, compartir diapositivas

de presentaciones y compartir videos de entrevistas con expertos o con personas de su organización que puedan ofrecer sugerencias en relación con el tema específico. Publique vínculos a esos videos (o los videos) en su página de Facebook y envíe tuits acerca de ellos. Puede participar en la comunidad de YouTube al dejar comentarios y hasta cargar respuestas en video a los videos de otras organizaciones. Antes, durante y después de la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito, los usuarios de YouTube publican excelentes videos acerca de los derechos de las víctimas. Puede volver a publicarlos y compartirlos en todas sus redes de medios sociales.

Instagram

Instagram es un sitio muy popular para compartir fotos que le permite cargar y compartir fotos con su red en línea. A diferencia de otros sitios para archivar fotos, como [Flickr](#) y [Picasa](#), Instagram permite que los usuarios apliquen filtros y otros efectos para que sus fotos tengan una dinámica especial o una apariencia antigua. Después de [configurar una cuenta de Instagram](#), puede tomar fotos de sus eventos de la NCVRW en sus dispositivos móviles y darles a sus seguidores un anticipo antes de publicarlas en su sitio web. Puede ampliar el público de sus fotos al “[etiquetarlas](#)” con palabras clave para identificarlas u organizarlas en Instagram. Si una persona de su organización da una presentación en la NCVRW, puede tomar una foto y publicarla en Instagram y Facebook, y tuitear acerca de ella en Twitter. Tendrá la oportunidad de ampliar su público y la publicidad de su NCVRW.

WordPress or Blogger

Si le interesa compartir comunicaciones más profundas con su comunidad, puede comenzar un blog (o weblog). [WordPress](#) y [Blogger](#) son dos plataformas excelentes para alojar su blog. Para mantener el interés del público, publique al menos una o dos veces por semana y asegúrese de vincular a su blog desde sus páginas de Facebook y Twitter, y viceversa. Si no tiene tiempo para un blog, puede también publicar declaraciones e información en su sitio web, especialmente durante la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito.

LinkedIn

Puede usar LinkedIn, una red profesional en línea, para vincularse con cualquiera de sus 259 millones de miembros. LinkedIn ofrece a organizaciones y personas la oportunidad de crear perfiles y relacionarse con los demás, compartir información, formular preguntas, participar en debates y promover eventos y causas. Los usuarios de LinkedIn desarrollan presencia al invitar a otras personas a unirse a sus redes y al unirse a grupos de LinkedIn (como por ejemplo, el grupo de LinkedIn de [“medios sociales para organizaciones sin fines de lucro”](#)). En primer lugar, visite [LinkedIn](#), haga clic en “Companies” (“Empresas”), seleccione “Add Company” (“Agregar empresa”) y siga el asistente de configuración para crear el perfil de su empresa. Concéntrese en las palabras de su misión y en los datos que desee incluir. Después, puede buscar en el sitio otros profesionales y otras organizaciones de su campo, invitarlos a que se vinculen con usted, seguirlos, enviarles mensajes, hacerles preguntas y unirse a grupos (pueden buscarse por nombre y por tema). Para comenzar, comparta información y haga preguntas. Asegúrese de conocer y cumplir las normas de [etiqueta](#) de LinkedIn, como responder siempre rápidamente a las invitaciones para conectarse. Puede actualizar su perfil regularmente y disponer su configuración para que sus conexiones vean todos los cambios. Después de varios meses en LinkedIn, estará listo para compartir información e invitar a otras personas a sus eventos de la NCVRW.

Crear un plan

Antes de involucrarse en los medios sociales, reúnanse con su equipo para desarrollar un plan de medios sociales realista. Puede sorprenderse al aprender cuánto tiempo se requiere para iniciar y sostener una presencia sólida en los medios sociales [Social Media for Social Good: A How-to Guide for Nonprofits!](#) indica que las organizaciones sin fines de lucro grandes con medios sociales exitosos tienen un promedio semanal de 15 horas en Facebook, Twitter y YouTube, 5 horas en sitios de fotografías y 10 horas en sus blogs. Aunque esos tiempos son probablemente poco realistas para las organizaciones más pequeñas, debe planear al menos dos

horas por semana para Facebook, por ejemplo, si selecciona ese medio y publica al menos dos veces por semana.

También debe dejar en claro sus metas al usar los medios sociales. ¿Qué desea lograr? ¿A qué públicos desea llegar y qué desea que conozcan o hagan? Las metas en los medios sociales generales y para la NCVRW deben ser específicas (p. ej., llegar a 200 usuarios de Facebook con mensajes de la NCVRW, invitar cinco nuevos grupos a los eventos de la NCVRW). Intente que sus metas sean mensurables, alcanzables, importantes para la organización y restringidas en el tiempo. Por ejemplo, en dos meses desea obtener 200 fans de Facebook para su organización y que se registren para que envíen alguien a un evento de la NCVRW. Piense acerca de cómo hará un seguimiento con estos fans durante el año. Después, seleccione la herramienta de medios sociales que sea mejor para sus metas, asigne el personal adecuado para administrarla y cree una [política de medios sociales](#) equilibrada para su organización. ¡En ese momento, puede comenzar a participar!

Si decide usar medios sociales, debe recordar que estas herramientas son vehículos de comunicación bidireccional para compartir información y respaldar a los usuarios (no un panel informativo para promover su organización). En Twitter, en particular, los expertos sugieren tuitear o volver a tuitear al menos 10 veces por cada tuit dedicado estrictamente a las metas de su organización. Además, la calidad del contenido que publica es la clave del éxito. Las organizaciones con campañas exitosas en los medios sociales se concentran en ofrecer contenido nuevo y valioso para sus visitantes. Al publicar contenido excelente, compartir con generosidad y responder rápidamente en todas sus plataformas, desarrollará la comunidad y la reputación que desea lograr.

Nota: El Centro Nacional para las Víctimas del Delito lo invita a publicar fotos e información de la NCVRW en el muro de Facebook de la NCVRW, www.facebook.com/NCVRW, durante abril de 2014. Si está en Twitter, puede seguirnos en [@CrimeVictimsOrg](https://twitter.com/CrimeVictimsOrg) y tuitee con el hashtag #2014NCVRW. Nos complace retuitear sus mensajes y compartir información acerca de sus eventos u otros esfuerzos de alcance comunitario y le recomendamos que haga lo mismo. +

Debajo hay actualizaciones de estado que puede publicar en Facebook y Twitter durante y antes de la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito. Las actualizaciones de Twitter tienen todas 140 caracteres o menos y están listas para usarse. Puede usar estos elementos en la fecha que prefiera y también puede redactar sus propias actualizaciones de estado (vea la [barra lateral](#)), especialmente para anunciar los eventos locales.

Actualizaciones de estado de Facebook

Debajo hay una lista de actualizaciones de estado para usar como publicaciones de Facebook. En sus publicaciones, puede incluir también fotos o gráficos relacionados (por ejemplo, el logo de la NCVRW de 2014) y las respuestas de sus fans.

- Este año se cumplen 30 años de la ley VOCA y los esfuerzos para reconstruir la vida de las víctimas del delito. Visite la OVC para obtener más información acerca de esta ley y de la manera en que ayuda a restaurar el equilibrio de la justicia. www.ojp.usdoj.gov/ovc/about/victimsfund.html
- Comparta fotos y anuncios acerca de la planificación y de los eventos de la NCVRW en www.facebook.com/ncvcfan. El Centro Nacional para las Víctimas del Delito compartirá sus publicaciones con otros defensores en Facebook y en otros medios sociales durante todo abril.
- Consulte anteriores Proyectos de Concientización Comunitaria para la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito en la Asociación Nacional de Administradores de Asistencia de la VOCA y establezca relaciones con defensores de su comunidad. www.navaa.org/cap/previous.html
- La Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito comienza el 6 de abril. Visite el sitio web de la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito de la Oficina para las Víctimas del delito para obtener más información acerca de los recursos y de la ayuda para planificar eventos y actividades. www.ovc.gov/ncvrw2014
- Hoy comienza la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito. Comparta esto con los defensores de víctimas que conoce y anuncien qué eventos está planificando.
- ¿Busca información acerca de las víctimas de agresiones, violencia doméstica, acecho, abuso infantil, agresión sexual y otros delitos? Descargue los folletos de la serie de ayuda de la Oficina para las Víctimas del Delito, Oficina de Programas Judiciales, Departamento de Justicia de los EE. UU. www.ovc.gov/pubs/helpseries/index.html
- ¿De qué manera usó el video temático de la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito? Díganoslo en los comentarios y comparta sus actividades con otros activistas.
- Visite www.victimsofcrime.org/training para obtener actualizaciones acerca de la Conferencia Nacional del Centro Nacional para las Víctimas del Delito en Miami en septiembre, una excelente oportunidad de aprender de otros defensores de víctimas y establecer relaciones con ellos.
- Visite la Asociación Nacional de Juntas de Compensación de Víctimas del Delito para obtener información acerca de la compensación para las víctimas en su estado: www.nacvcb.org/index.asp?sid=6
- Siga a los asociados de la Guía de recursos para la Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito para obtener información acerca de las actividades de otros defensores de víctimas y para obtener los recursos que necesita para sus actividades durante la NCVRW de 2014. Consulte la sección 7 de la guía de recursos para obtener la lista de asociados: www.ovc.gov/ncvrw2014
- Comparta “Taking Action: the Advocates Guide for Assisting Victims of Financial Fraud” con sus seguidores y hable acerca de los peligros del fraude esta Semana

Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito.

www.victimsofcrime.org/taking-action

- Abril es el Mes Nacional de Prevención del Abuso Infantil. Visite a nuestros asociados de HHS para obtener información y para aprender a ayudar a proteger a los niños. <https://www.childwelfare.gov/preventing/preventionmonth/>
- Abril es el Mes Nacional de la Concientización sobre la Agresión Sexual. Sepa cómo respaldar a las víctimas de la agresión sexual en nuestros campus, escuelas, universidades, lugares de trabajo y la comunidad en general. <http://www.nsvrc.org/saam/sexual-assault-awareness-month-home>

Actualizaciones de estado de Twitter

Esta es una lista de tuits sugeridos para que comparta con sus seguidores:

- La Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito comienza el 6 de abril. Visite www.ovc.gov ver recursos y eventos. #NCVRW2014
- Semana Nacional de los Derechos de las Víctimas del Delito, abril 6-12. Busque #NCVRW2014 para permanecer en contacto.
- La Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito comienza hoy. 30 años: restaurando el equilibrio de la justicia #NCVRW2014
- Este año celebramos 30 años de derechos para las víctimas con la ley VOCA. Más información: <http://ow.ly/q1P4p> #NCVRW2014
- Visite <http://1.usa.gov/bJ3d6u> para pedir una copia de la Guía de recursos de la #NCVRW2014.
- Descargue gratis la Guía de recursos de la #NCVRW2014 desde <http://ow.ly/q1N9L> para obtener sugerencias para la conmemoración de la NCVRW.

- Recursos gratis para ayudar a las víctimas del fraude financiero en la #NCVRW2014. Descargar: <http://ow.ly/q1Nmi>
- Descargue afiches gratuitos para las actividades de la #NCVRW2014. <http://ow.ly/q1NrP>
- ¿Desea participar en la #NCVRW2014? Maneras de crear concientización: <http://ow.ly/q1NuA>
- Abril, Mes Nacional de la Concientización sobre la Agresión Sexual. Visite <http://ow.ly/q1Nxx> o siga @NSVRC. #NCVRW2014
- Estadísticas y argumentos para las actividades de la #NCVRW2014: <http://ow.ly/q1NAc>
- ¿Conoce víctimas del delito? ¿Fue víctima? Información útil de la Guía de recursos de la #NCVRW2014: <http://ow.ly/q1N9L>
- Visite la sección siete de <http://ow.ly/q1N9L> para más información acerca de los asociados de la guía de la #NCVRW2014.
- ¿Desea inspiración para su evento de la #NCVRW2014? Vea la sección 2 de la Guía de recursos para obtener citas en relación con las #víctimas <http://ow.ly/q1N9L>
- Consulte la sección 2 de la Guía de recursos de la #NCVRW2014 para otros eventos clave en 2014 <http://ow.ly/q1N9L> y apoye a las víctimas.
- Aprenda a protegerse del fraude y a asistir a los demás esta #NCVRW2014: <http://ow.ly/q1Nmi>
- La OVC ofrece un calendario de eventos de ayuda a las #víctimas. Más información o agregue su capacitación: <http://ow.ly/q1NDo> #NCVRW2014
- Relaciónese con defensores de #víctimas. <http://ow.ly/q1NGb>: actualizaciones de la Conferencia Nacional de @CrimeVictimsOrg en Miami.

- Use esta #NCVRW2014 para aprender del poder del AND para ayudar a las #víctimas. Visite <http://ow.ly/q1NIL> o siga @DNA_Answers.
- La OVC mantiene una base de datos de leyes de derechos de las víctimas. Más información: <http://ow.ly/q1NM9> #NCVRW2014
- El acecho es un delito, no una broma. Los hechos: <http://ow.ly/q1NQj> @SRC_NCVC #NCVRW2014
- Aprenda de profesionales de ayuda para las #víctimas: presentaciones de la conferencia de @CrimeVictimsOrg 2013. <http://ow.ly/q1NSg>
- TTAC de la OVC ofrece capacitación gratuita para defensa y asistencia a las víctimas. Más información: <http://ow.ly/rpGhK> #NCVRW2014
- Abril es el Mes Nacional de Prevención del Abuso Infantil. Más información: <http://ow.ly/rpLET> #NCVRW2014
- Abril es el Mes Nacional de la Concientización sobre la Agresión Sexual. Recursos para su campaña: <http://ow.ly/rpLR7>
- 7-11 de abril, Semana Nacional de Prevención de la Violencia Juvenil. Haga que su comunidad participe: <http://ow.ly/rpMKA> #NCVRW2014
- Más de la mitad de los niños están expuestos a la violencia cada año #NCVRW2014 <http://ow.ly/rpNtS>
- ¿Los ancianos de su vecindario están seguros? Todos podemos prevenir el #abusodeancianos #NCVRW2014
- En todo EE. UU., hombres, mujeres y niños son víctimas de la trata de mano de obra. Más información: <http://ow.ly/rpOvn> #NCVRW2014 +

MÁS CONSEJOS PARA PUBLICACIONES EN MEDIOS SOCIALES

Además de las actualizaciones de estado de Facebook y Twitter, puede usar estas ideas para generar más publicaciones de la NCVRW en sus sitios de medios sociales.

- Descargue el material gráfico temático de la NCVRW del CD-ROM de la Guía de recursos o del sitio web de la [Oficina para las Víctimas del Delito](#), incluidos la portada y las imágenes de perfil de Facebook específicos para la NCVRW.
- Publique fotos o videos de la planificación o de los eventos de la NCVRW de su organización.
- Publique fotos de los oradores de los eventos de la NCVRW en su página de Facebook (antes de los eventos) y promócelos en Twitter y sus otros medios sociales.
- Descargue la aplicación de [Instagram](#), una plataforma de edición de fotos para usuarios de iPhone o Android que convierte sus fotos en imágenes claras y pequeñas y le permite agregar filtros. Instagram interactúa con Twitter, Facebook y otras plataformas.
- Cargue afiches de la [galería de afiches de concientización](#) de la Oficina para las Víctimas del Delito acerca de temas relacionados con el delito y las víctimas en sus plataformas de medios sociales.
- Publique vínculos a las opiniones editoriales relacionadas con la NCVRW o a los comunicados de prensa en el sitio web de su periódico o canal de televisión local.
- Publique vínculos a las declaraciones o proclamas en relación con la NCVRW de sus funcionarios locales o estatales (e incluya breves anuncios acerca de estas declaraciones).
- Permita que otros usuarios de Facebook publiquen historias, recordatorios de eventos, fotos y actualizaciones en su muro. (Cambie su configuración de Facebook a "abierto" y asegúrese de controlar su muro todos los días para verificar que no haya publicaciones negativas ni ofensivas).
- Consulte las páginas de Facebook de los asociados de la Guía de recursos de la NCVRW de 2014 (consulte "Recursos adicionales" en la sección 7 de la Guía de recursos de la NCVRW) y ponga "Me gusta" en estos asociados o publique vínculos a ellos.
- Solicite a los fans de Facebook y a los seguidores de Twitter que publiquen sus actualizaciones de estado en sus redes de medios sociales.
- Publique videos actuales y recientes de la NCVRW de [YouTube](#).

La cobertura que los medios hacen del delito influye en gran medida la percepción del público respecto de las víctimas. Especialmente justo después de un delito, debido a que los periodistas se apuran para cumplir los plazos, las notas quizás no reflejen la sensibilidad deseada hacia las víctimas que sufren traumas. Debido a que muchos periodistas televisivos y de periódicos no reciben capacitación para interactuar con las víctimas, tiene la oportunidad de ayudarlos a que se acerquen a las noticias acerca de los delitos con sensibilidad. Como defensor de las víctimas que comprende la perspectiva de las víctimas y saben que necesitan escribir los periodistas, puede tener un papel fundamental en la defensa de una cobertura sensible hacia las víctimas del delito.

Consejos para periodistas

Al escribir noticias acerca del delito, los periodistas tienen la tarea difícil de obtener entrevistas con las víctimas y llevarlas a cabo de manera ética cuando las víctimas aceptan hablar. Los defensores pueden ayudar a los periodistas a prepararse para hablar con las víctimas al ofrecer sugerencias acerca de cómo acercarse a la víctima para que se sienta cómoda y segura. Si los periodistas son receptivos a sugerencias para acercarse a las víctimas del delito, puede compartir las siguientes pautas¹ acerca de cómo los periodistas pueden abordar las entrevistas.

Solicitud de la entrevista

- Reconozca que la víctima puede estar sufriendo shock y trauma.
- Acérquese a la víctima sin equipos (computadoras portátiles, grabadoras, cámaras o luces) e intente establecer una relación humana.

- Preséntese como periodista, ofrezca a la víctima su nombre y cargo y explique brevemente qué espera lograr con la nota.
- Para expresar interés por la víctima, diga “Siento que le haya ocurrido eso” o “Lamento su pérdida”.
- Pregunte a las víctimas cómo prefieren que se dirijan a ellas y tenga en cuenta esa preferencia para todas las preguntas.
- Explique el objetivo de la nota, que se publicará y la importancia de la participación de la víctima para ofrecerle un motivo para que hable con usted.
- Indique a la víctima cuánto tiempo necesitará y respete ese límite tiempo.
- Acepte con amabilidad el rechazo de la víctima si no desea que la entreviste.
- Si la víctima le dice que no, exprese interés en una entrevista futura, deje una tarjeta personal o envíe un correo electrónico con sus datos de contacto y solicite los nombres de otras personas que podrían estar dispuestas a hablar.

Logística y otras consideraciones

- Haga que la víctima esté cómoda: ofrezca una silla o sugiera un lugar cómodo y seguro para hablar.
- Respete el espacio de la víctima. Debido a que las personas que sufren un trauma con frecuencia no desea que las toquen, ofrezca el micrófono a la víctima y explíquele cómo ajustarlo.
- Solicite permiso para grabar la entrevista.
- Aclare las reglas básicas. Explique que todo lo que las víctimas dicen puede usarse en la entrevista. Ofrezca a las víctimas permiso para apagar el micrófono si desean decir algo que no quieren incluir.

¹ Bonnie Bucqueroux y Anne Seymour, A Guide for Journalists Who Report on Crime and Crime Victims, (Washington, DC: Justice Solutions, 2009), 2-10, accedido el 8 de noviembre de 2013, <http://www.mediacrimevictimguide.com/journalistguide.pdf>.

Defensa de la víctima durante las entrevistas

Con la ayuda de los defensores de las víctimas, los periodistas pueden abordar la entrevista con sensibilidad hacia la víctima y la comprensión de que la víctima puede estar en trauma debido al delito. Los defensores presentes durante la entrevista pueden intervenir si las preguntas del periodista se vuelven demasiado filosas o difíciles, o si la víctima parece ponerse mal. Al hacer una prioridad de las necesidades de la víctima, los defensores pueden mantener el foco de la entrevista e incentivar a que el periodista también lo haga.

Consejo para las víctimas

Defender a las víctimas con los medios también incluye ayudar a las víctimas a decidir si desean aceptar las entrevistas, a minimizar las invasiones de la privacidad y a ejercer sus derechos y opciones al tratar con los periodistas. Los defensores también pueden ayudar a las víctimas a anticipar preguntas y a prepararse para responderlas.

Antes de la entrevista

Al darles a las víctimas la siguiente lista de verificación de preguntas y al leerla detenidamente con ellas, puede ayudarlas a decidir si desean participar en una entrevista:

1. *¿Cuáles son sus metas en hablar con los medios? ¿Para qué objetivo espera que sirva la entrevista? ¿Ayudará a la comunidad a saber más acerca de su ser querido o a comprender el impacto del delito en las víctimas? ¿Tiene disposición para responder preguntas de periodistas que quizás no respondan su dolor o su punto de vista?*
2. *¿La entrevista invadiría su privacidad? Si aún está luchando con el impacto emocional, físico o financiero del delito, ¿hablar con un periodista haría que se sienta molesto o invadido? Puede hablar acerca de los puntos a favor y en contra con un defensor de las víctimas antes de tomar la decisión.*

3. *¿Negarse a dar la entrevista aumenta su control sobre lo que se publica acerca del delito? Negarse a una entrevista no impedirá la difusión de su caso. Si la noticia vale la pena, los medios la publicarán con su entrevista o sin ella. Además, una entrevista puede ofrecerle una oportunidad de ofrecer su perspectiva acerca de ese delito.*
4. *¿Prefiere que otra persona hable por usted? Si prefiere que no lo entrevisten, puede solicitar a otra persona (un abogado, un defensor de las víctimas, un integrante del clero, otro familiar o un amigo) que lo represente en las entrevistas con los medios. Esa persona también puede emitir declaraciones por escrito en su representación o acompañarlo a las entrevistas si decide aceptarlas.*
5. *¿Dar una entrevista afectaría la investigación o el procesamiento de un delito? Dar una entrevista puede poner en riesgo la investigación o el procesamiento de un delito. Es recomendable que hable con un defensor de las víctimas o con un abogado antes de decidirse a conceder una entrevista.*
6. *¿Desea establecer las condiciones de la entrevista? Aunque los periodistas y productores quizás no estén de acuerdo con las condiciones que usted sugiera, si desean su entrevista deberán cumplir con solicitudes razonables. Tiene el derecho de solicitar o expresar sus deseos acerca de lo siguiente:*
 - » La hora y el lugar de la entrevista.
 - » Visitar el estudio o la ubicación antes de la entrevista.
 - » Información por adelantado acerca de las preguntas, la perspectiva del periodista o los planes para el uso de la entrevista.
 - » Solicitar que haya presente un defensor de las víctimas, un abogado o una persona de respaldo.
 - » Temas que no desea tocar.
 - » Solicitar un periodista o un productor en específico.
 - » Proteger su identidad (mediante siluetas y la distorsión electrónica de su voz).

- » Excluir a sus hijos y otros familiares de la entrevista.
- » Excluir fotos y otras imágenes que le parezcan ofensivas.
- » Excluir a los delincuentes u otros participantes a los que se opone.

Preparar a las víctimas por la entrevista

Puede dar los siguientes consejos a las víctimas que deciden aceptar una entrevista:

1. Puede llevar a alguien para que le dé apoyo.
2. Para prepararse para la entrevista, puede solicitar que un defensor le formule preguntas que el periodista podría hacer y ensayar las respuestas.
3. Puede negarse a responder una pregunta de las siguientes maneras:
 - » Negación amable: Diga: “Lo siento, no deseo hablar de eso”.
 - » Puente: Cambie el tema a lo que USTED desea decir. Responda: “Lo verdaderamente importante acerca de este tema es...” y después hable acerca de lo que piensa que debe saber el público.
4. Nunca hable de manera “extraoficial”. Los periodistas pueden publicar o emitir cualquier cosa que diga.
5. Si no conoce la respuesta a una pregunta, solo diga que no sabe. No adivine ni especule.
6. Puede solicitar una corrección si el artículo publicado es inexacto o lo citan fuera de contexto. Los periódicos y otros medios pueden publicar correcciones y las noticias televisivas pueden corregir los errores graves (aunque la opción de hacerlo es de ellos). También puede quejarse ante la dirección del medio antes de la publicación o emisión si el periodista fue agresivo o insensible u obtuvo información de manera deshonestamente.

7. Puede negarse a una entrevista posterior de seguimiento aunque haya aceptado que lo entrevisten por segunda vez.

Los defensores de las víctimas pueden tener un papel fundamental en la mediación entre periodistas y víctimas, particularmente cuando las víctimas se sienten vulnerables y bajo estrés. La víctima, su familia y la comunidad en general tienen un interés importante en asegurar que la cobertura mediática sea sensible y exacta y no ponga a la víctima bajo presión ni en riesgo. +

